

中国报纸副刊研究

周敬成 编著

华中科技大学武昌分校

绪 论

21 世纪,人类进入了飞速发展的信息时代。面对知识爆炸、信息爆炸、全球经济一体化的现代社会,中国人急于知道世界上的各种事情,尤其当市场经济的澎湃大潮汹涌而来之际,人们或多或少似乎都有一些急功近利的想法和做派。于是,现代传媒成了人们攫取信息的最佳手段。借助报纸、刊物、广播、电视、网络,我们确实可以不出门便知晓天下事。现代传媒的魅力无限!特别是我们年轻的一代,几乎就是由电视、电脑陪伴着长大的。那声像光影构成的世界丰富多彩,光怪陆离,让我们目不暇接,视野开阔,大快朵颐,也让我们心猿意马,心境浮躁,神魂颠倒。今天,在一些追求时尚新潮的人们眼里,较之电视、电脑、互联网络,以文字图画这些平面表现手段为载体的报纸(刊物、书籍)显得十分落伍。

由于崇尚电视、电脑、网络,一些年轻人或整天守着电视机不眨眼,或沉溺于电脑游戏泡在网吧内通宵大战,这样一来,他们就很少阅读甚至讨厌书本,很少动笔甚至不拿笔。受这些现象的影响,一些新闻传播院校的学生也认为,学新闻,就要学现代的、前沿的、尖端的,搞摄影摄像、制作电视多带劲!至于学习、研究报纸,似乎不屑一顾,何况是开设这样一门研究、探讨报纸副刊的课程,真是不合时宜。

当然,追求时尚新潮无可厚非,现代社会尤其提倡、鼓励人们敢想敢干、大胆创新、有所作为。不过,以历史的、辩证的眼光看问题,谁能否认报纸在社会进程中曾经起过、现在发挥、将来起到的媒介传播作用呢?不可否认,报纸在迅速传播新闻方面,远不如广播和电视,但作为一种印刷文化,报纸具有对社会政治、经济、科技、教育、文化生活等多方面开掘报道、详细描述、深入阐释、发人深省等系列优势,正是这种优势,使得报纸具有不可替代的作用,使得我们有必要探讨这样一门在某些人眼中不值得研究,实际上却极有研究价值和实用价值的课程——中国报纸副刊。

第一节 人类与现代传播媒介

一、丰富多彩的信息世界

1、信息的内涵外延

当今社会生活中,如果要问哪一个词的出现频率最高,恐怕要数“信息”这个词了。21 世纪是信息时代,信息在人类社会生活中的地位越来越重要,甚至比资本还重要。随着上世纪 70 年代以来迅猛兴起的新技术革命浪潮,日新月异的知识经济,人类社会步入了一个知识爆炸、信息爆炸、全球经济一体化的崭新时代。人们崇尚信息,信息与人们的生活密切相关,休戚与共。

那么,什么是信息呢?

信息，飘忽不定，倏忽即逝，包罗万象。它有时看得见，摸得着，有时仅是一个眼神，一个微笑，一个手势，甚至什么都不是。在现代社会中，它通常借助文字符号或图片、声音、影像来传播，涉及到上层建筑、经济基础等不同领域，传递着政治、经济、科技、教育、文化、医疗保健等各个方面的最新动态，多侧面、多角度地反映出现代社会高度的精神文明建设和物质文明建设的成果。

2、一切信息为我所用

现代社会，人们为了捕捉最新信息，常常会有这样一种情形出现：“众里寻他千百度，蓦然回首，那人却在灯火阑珊处。”所以，“时间是金钱，信息是财富”，这句话绝不仅是口号，而切实为许多人所信服。从许多时候讲，及时获取信息，也就能把握机遇，有了发展的机会，事业成功了一半。

例如：海湾战争中的情报战

例如：股市中的涨与落

二、人类获取信息的方式

1、从古至今，方式多样——条条道路通罗马。

回溯历史，细看今朝，尽管存在着民族、语言、朝代的不同，但人类获取信息的方式基本遵循着这样的路径。

- * 早期社会，通过手势、声音、语言，继而借助图画、文字，传达着信息；
- * 随着印刷术的发明，书籍、报刊的出现，为人类获取更加广泛的信息创造了条件；
- * 科技的发展，电话、广播、电讯、电影、电视、网络相继出现，借助现代传播媒介，人们真正“不出门便知天下事”。

人与人之间的交流，人与社会之间的联系，随着科学技术的日新月异，特别是互联网的力量而越来越紧密。信息的迅速传递、延续和扩充，使得世界越变越小了，人与人之间、人与社会之间的距离大大缩短了。利用电子计算机控制并使用卫星通信线路，单单是美国的合众国际社和美联社，一天就可以用近 50 种语言，播放 3000 万个单词的电讯。人类今天打破了国与国之间的界限，生活在一个“地球村”上。

2、了解信息，传递信息——万变不离其宗

人类获取信息的目的是什么？简而言之，为了完善自我，造福社会。在当前全球经济一体化的时代，通过什么途径能最快地获取信息？无疑，现代传播媒介是最好的利用途径。人们了解信息，传递信息，尽管信息变化万千，但万变不离其宗，这个“宗”，就是事物的实质。

那么，现代传播媒介的实质是什么呢？那就是它的迅捷、准确、真实、生动……

借助现代传媒，人们掌握更多更新的信息，从中获取知识，掌握科学的思维方式和工作方法，更好地从事自己所热爱的事业，达到理想的奋斗目标。

(1) 借助印刷文化的线性逻辑思维，加强思考的深度、广度，对问题有深刻的认识。

(2) 借助电子文化的非线性逻辑思维, 加大思考的跳跃力度、转换角度, 视野更广阔。

——继承、弘扬人类精神文化成果, 进一步认识自然、改造自然, 营造绿色环境, 实现人与自然的和睦相处, 实现“和平与发展”这一当今世界的主题;

——不断提高自身素质和工作能力, 认识社会、适应社会, 努力践行“三个代表”重要思想, 奔向小康社会, 创造幸福生活, 直至实现共产主义崇高理想。

第二节 现代传播媒介所用的手段、渠道、类型

一、现代传播媒介所利用的手段可归为三类

1、语言手段——文字, 是在语言基础上产生的, 是语言的延伸和记录的符号, 也是最基本的信息交流方式

2、非语言手段——信号(红绿灯、鸣笛报警)、标志(路标、招牌、幌子)、符号(乐谱上的音符)

3、语言手段与非语言手段相结合——电影、电视、网络等

二、现代传播媒介所利用的渠道可归为三种

1、人际传播 Human Communication 指个人与个人之间的信息交流。古代最早的手比言传的传播方式, 就属于人际传播。我们现在还沿用这种方式交谈、讨论。

2、中介传播 Media Communication 指团体之间或团体中个人之间的传播。通信、电话、电报等媒介, 都属于中介传播。

3、公众传播 Mass Communication 指由群体利用印刷、电传等方式向大众进行传播。报纸、书刊、广播、电视、电影、网络等。

三、现代传播媒介所展示的物化形态可归为两大类:

(一) 印刷类出版物——报纸、期刊、书籍, 其优势为:

- 1、信息容量大(不必受读者一次性阅读时间的限制, 版面较充足, 扩版也容易)
- 2、可选择性强(读者可阅读感兴趣的, 反复读)
- 3、具有较强的文献价值(可做资料保存)

广播、电视等受播出时间的限制, 新闻是单向度的, 受众无法自行选择听(看)什么, 如要做资料保存, 又受到录音、录像等条件的限制。

(二) 电子类出版物——广播、电视、电子报纸、互连网络, 其优势为:

- 1、传播信息迅速(可报道“正在发生的事实”)
- 2、传真性好、信度高(听声音, 看场景, 给人以身临其境的感觉)
- 3、感染力强(图文并茂, 生动形象)

广播刺激听觉, 报刊刺激视觉, 电视兼而有之。生理学家认为, 在人的各种器官中, 听觉最容易被刺激, 易产生兴奋感, 因此, 广播、电视的感情传播力较报刊强。

● 新型的“报纸”——电子报纸

电子报纸，是一种通过电脑系统传送报纸内容的电脑新闻服务系统。它把编辑编发的新闻、图片服务专栏、娱乐专栏、广告等内容自动送到拥有接受器的“订阅者”手中。1993年《杭州日报》首次出版了一张电子报纸，开中国电子报纸的先河。

● 信息高速公路 (Information Highway/Superhighway)

这是一种高速传播信息的系统网络。它以光导纤维为信息传递的通道，以多媒体机为信息传输的出口和入口，是融计算机技术、电子技术、通讯技术、声像技术等各种尖端技术为一体的信息传播网络系统。

信息高速公路无疑给传统的报刊编辑工作带来一场革命。因为无论从编辑的地位或者编辑工作的技术手段，还是编辑处理加工信息时所利用的符号中介等方面看，多媒体技术已经使得编辑工作演变成一个全新的概念。从地位上讲，编辑也许将要从传统的“把关人”、“中介者”转变成信息“咨询者”。从编辑方式讲，传统的编辑是线性编辑方式，而在网络传播时代是非线性编辑方式。

* 20世纪以来的一百年，是世界新闻传播事业飞速发展的一百年。随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视、互联网络相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治经济和文化生活的影响，则变得越来越大。

面对这个瞬息万变的传媒世界，我们尤其需要静下心来深入研究探讨一些传播媒介方面的有关问题。

第三节 报纸—副刊—副刊研究

一、报纸：依托视觉的传播媒介（强调自身品牌与特色）

报纸是以刊载新闻和时事评论为主的定期向公众发行的印刷出版物，是大众传播的一种重要载体，是依托视觉的一种传播媒介，具有反映和引导社会舆论的功能。作为公开出售的文化产品，报纸要通过市场流通实现其传媒价值和使用价值，具有商品属性。

在竞争日益激烈的现代社会，在市场经济条件下，报纸的编辑出版和发行既是一项政治性很强的工作，又要遵守市场竞争的规律，实行企业化的经营管理。

作为信息产业的一部分，当今报业，是由报纸生产和报纸销售两大系统有机组成的（参见有关图表）。报纸编辑部门在报纸的生产系统中处于核心地位，承担着设计、策划、指挥、调度和单个新闻产品的制作、加工、组装工作，是报纸生产系统和销售系统相互联系的重要枢纽。

报纸要站住脚，关键在创新，要有与众不同的出版内容、经营方式，要有独特的风格，不同凡响的编辑策划。

现代传媒都很重视策划，在什么思想指导下进行策划更是重要。借用报业中的大麦克

(The Big Mac of Newspapers)——《今日美国》(U.S.A TODAY)的成功经营为例看,其策划思想主要遵循了以下一些原则:(参看:吴飞:《编辑学理论研究》第32页)

- (1) 减少一般性的硬新闻,增加有趣性的特写,扩展报纸的报道领域;
- (2) 加强深度报道和调查性、分析性新闻报道,告诉读者新闻背后的新闻;
- (3) 提供更多的为读者日常生活服务的各类社会信息;
- (4) 刊出更多的读者来稿,鼓励读者把报纸作为表达意见或实现意愿的一种渠道;
- (5) 报纸编排醒目,条理清晰,多做大标题,多留空白,给读者以视觉愉悦;
- (6) 报纸彩色印刷,多用大幅彩色照片,加深读者的印象;
- (7) 尽可能为文章配上地图、图表和表格,方便读者理解;
- (8) 头版容纳尽可能多的重要新闻,并列内页的主要内容;
- (9) 设立针对不同目标读者群的专版、专刊,尤其是能够吸引年轻读者的专版、专刊。

*《今日美国》(U.S.A TODAY)于1982年9月5日由美国著名的报业集团甘乃特报团(Gannet Chain)创刊于华盛顿。创刊时,正值美国地方报业振兴、全国性大报团营运日趋下坡之际。但《今日美国》以独特的办报理念,成功地推出了一份全国性的“快餐式报纸”(Mac Paper)。其在策划中遵循的主要原则,发挥了理念创新在出版业中的作用,值得我们借鉴。

●上述原则的第9条指出,要设立针对不同目标读者群的专版、专刊,尤其是能够吸引年轻读者的专版、专刊。对照中国报纸,也就是要加大副刊(专刊)在报纸整体中的作用。

二、蓬勃发展的中国报业(从纵向、横向、点面上分析)

1、纵向——历经百年沧桑,呈现勃勃生机

近一百年,是中国新闻事业飞速发展的一百年,特别是自20世纪80年代以来的20多年间,我国实行改革开放政策,新闻事业发展得尤为迅猛。据统计,截止2000年,全国已经有公开发行的报纸2100多种,通讯社2家,报纸年出版总数达到195亿份。这种发展,不仅是体现在报纸数量、质量的发达上,更主要的体现在报纸理念的创新和经验的丰富上,整个报业在规模和效益上有了空前的发展。

(与此同时,我国广播电台达1200多座,有线和无线电视台达3000多座,广播人口覆盖率达到88.2%,电视人口覆盖率达到89%,电视受众超过9亿)

2、横向——报业环境复杂化、价值取向优质化、作业工具电子化

(1) 报业环境复杂化

* 社会变革加剧,社会需求增长,导致报纸不断加大变革力度,类型日益多样化,版面连续扩增,内容包罗万象,从业人员工作难度加大。

(2) 价值取向优质化

* 媒介种类与数量的递增,导致报纸必须应对强大的市场竞争压力,以质量兴报,靠质量取胜。在报纸同业竞争的同时,更要紧锣密鼓地应对来自电视、互联网络的挑战。

(3) 作业工具电子化

在大众传播事业史上,有过许多大的技术革新。从胶泥制字到铅合金浇字,从手工印刷到机械印刷,从铅印到胶印,从印刷媒介到电子媒介,从黑白显示到彩色显示——无论排版材料、印刷方式,还是信息载体、视觉效果,都出现过重大的改进甚至划时代的变革,但就报纸的采编而言,长期以来,始终离不开纸和笔。

* 20世纪40年代,西方研制出了与电脑相连的照排技术,70年代美、日、西欧等发达国家开始普遍使用激光照排与胶印。我国从70年代初开始,由北京大学王选教授等专家进行开发研究,历经十多年艰苦攻关,终于获得成功。1986年,我国经济日报率先采用国产电子出报系统出报,以后,北京大学又在次基础上改进,推出“北大方正”新一代激光照排出版系统,从根本上推动我国报纸告别“铅与火”的历史,走入“光与电”的时代。由于照排技术的革命,也带动和促进了报纸内容和形式的大步前进。我国许多报纸从4版—8版—12版—24版—36版、48版,越来越厚,质量、数量、发行量都在上升。

* 根据1999年在巴西里约热内卢举行的第53届世界报业大会和第7届世界主编论坛上,其组委会公布的《2000年世界报业趋势》报告中的有关数据排名,当年世界各国的报纸发行总数以日本第一,每天销售量在7,221.8万份;印度第二,每天销售量在6,000万份;美国第三,每天销售量在5,597.9万份;中国第四,每天销售量在5,000万份;德国第五,每天销售量在2,465.5万份。

* 自20世纪90年代兴起的国际互联网,对我国报纸采编工作产生了巨大影响。越来越多的报纸借助网络资源开办了“在线”类的专版、专栏,扩大了报道面。1993年12月,《杭州日报 下午版》电子版的出现,拉开了中国报纸电子化的序幕。目前,新一代报纸呈现出向多媒体方向发展的态势,采编作业借助电子工具的新时代已经到来。

3、从点面结合上看报纸特点

(1) 竞争空前激烈

同城竞争,异地竞争——区域间的拼斗;同业竞争,异业竞争——行业间的角逐

(2) 优势依然存在

覆盖面广,流通范围大,不受空间限制,可以随身携带,不受时间限制,可以随时阅读;想读什么就读什么,选择性和随意性强。

(3) 市场份额稳定

因此,尽管现代传播手段与渠道日呈多样化,但报纸作为一种大众熟悉的印刷文化,其作用是不可替代的。不过,受广播、电视、电影、网络等传播媒体冲击,报纸目前处在不断创新以适应社会需求的变革阶段。

三、副刊：报纸中极富魅力的版面，传媒手段中的常青树，新闻学艺术研究之基础（开这门课的意义）

定义：副刊是报纸的重要组成部分，是报纸的具有相对独立编辑形态，并富有整体文化色彩的固定版面。副刊与其他各版共同展现报纸的宗旨，围绕报纸的总体编排方针进行工作，又以自身个性见长。它侧重向读者提供新鲜、有用、有趣的知识，在坚持正确舆论导向的前提下，以独特的引导艺术，丰富和指导人民群众的文化生活，陶冶情操，酿造情趣，形成浓郁的文化氛围。它集思想性、新闻性、知识性、艺术性、趣味性、服务性为一体，为宣传党的方针政策服务，为广大人民群众服务，形成自身的三个亮点。

1、报纸中极富魅力的版面

（1）多姿多彩，有趣又有用——新闻性专刊、学术性专刊、服务性专刊、社会性专刊、综合性副刊、文艺性副刊，不同类型的专、副刊，是对新闻版的延伸和扩充，为人们提供了大量有益有趣有用的知识。

（2）独立成版，又相互映照——报纸副刊构筑了新闻学中一个独特的研究领域。时代的急剧发展，群众综合文化素质的提高，要求新闻功能进一步扩大，除了传输信息、沟通思想、影响舆论之外，还要求提供服务、提供知识和审美愉悦。报纸副刊，以其独特的性质，既有新闻性，又有艺术性，在我国两个文明建设中，势必将起到积极的宣传促进作用。

2、传媒手段中的常青树

（1）广播、电视等现代媒介最初都借用副刊的表现手法进行编排，现在也经常直接采用副刊上的文字演绎成片。例如：直接给发表在报刊上的优美散文配音乐配画面成为电视散文，参见中央电视台电视散文专栏，又见《新华文摘》2003年4期上赵致真的《洪钟大鼎》等（解说词）；

（2）一些精彩的电视脚本也常常被报纸副刊选用，如《话说长江》《汉江》等电视文本曾为多家报刊转载。可见，副刊与现代传媒不仅关系密切，而且具有经久不衰的表现力。

3、新闻学艺术研究之基础

（1）副刊以文字的思想深度、领域的广度和修辞技巧的运用见长，而研究新闻学，怎能脱离文字的基础？文字细腻的描述、深刻的剖析，其感染力、渗透力、震撼力足以发人深省，让人的思想越过时空的限制，自由驰骋，回味无穷。

（2）倘若将新闻学视作一门艺术研究，报纸副刊研究，则是这门艺术研究中的一项重要基础课程。

四、副刊研究：

1、研究的内容

（1）副刊的起源与发展，（2）副刊的性质、类型、功用，（3）副刊的专题、专栏，（4）副刊的文化品位，（5）副刊的编排方式、工作流程，（6）副刊编辑的修养、思维方法，（7）

副刊范例剖析, (8) 副刊发展趋势分析等。

2、学习要求:

(1) 掌握副刊编排方法, (2) 弄清楚为什么采用这样的编排方法, (3) 学习运用这些方法, 实际编排一期副刊。

3、研究目的:

从实践—理论—实践—理论的环节入手, 交给学习者一把开启新闻学艺术研究的钥匙, 达到触类旁通的学习效果。

链接

文化走笔: 说副刊

眼下媒体众多, 信息如潮。电视、广播、新闻、电脑网络信息不断, 当每日报纸送来时, 还有多少新闻可读? 大都已明日黄花矣!

不少人订各种报纸主要是阅读副刊。一张报纸办的较有特色, 能使读者留下印象的大都是副刊。古人云: “言之无文, 行之不远。” 文艺副刊就是以文会友, 它以群众喜闻乐见的形式, 反映人们心态, 形象有趣, 使广大读者在不知不觉的精神享受中, 起到陶冶情操、潜移默化的作用。

自“五四”以来的报刊, 几乎都凭文艺副刊叫座。当年《语丝》、《莽原》创刊时, 不过八开两版的小报, 鲁迅先生利用这两块方寸之地, 团结、指导了大批青年人投入革命事业。解放后的报刊继承了这一传统, 在引导广大读者建设两个文明事业中, 也起到了促进作用。当时各种报纸, 每天都有显著的副刊内容。

近年来文艺副刊纷纷停办, 各类明星和一些无聊文章的副刊猛增, 其动机无非迎合一些读者阅读兴趣, 忽视了文学的社会作用, 也不管社会舆论的导向作用。

眼下的报纸副刊, 缺乏自身的特色, 专选有“卖点”的稿件刊登, 往往一篇作品, 多家刊登, 都向“人民币”看齐, 谁还下功夫培养文学的创作骨干队伍, 谁还为自家副刊特色肯下大功夫。而今一些销售量大的报刊, 仍是以副刊叫座。

副刊在传统上就是文章短小精悍, 一个副刊有如多彩的拼盘, 令人兴趣倍增。无论散文、言论等大都不满千字, 一篇篇短小的文章, 读来乐趣无穷, 不忍放过一文。今日副刊长而又空的文章, 屡见不鲜, 读得人烦闷, 大大败坏了副刊的名声。尤其一些自以为立意深刻的诗文, 更讨人烦, 谁还花钱买罪受, 这亦是副刊败落的一个因素。

保持报纸的魅力, 使读者永不忘怀的是有自身特色的报纸副刊, 而不是千人一面的新闻。《鲁迅全集》选进的各类文章, 有一大半都是从各报副刊中得来的。可见副刊的历史意义。有的报纸已停办了, 但它的副刊仍活在读者心中。愿各报副刊, 都成为读者心中的一块“绿地”。(崔金生)

人民网 2002 年 7 月 25 日

* 中华文学选刊举办副刊奖

中国互联网新闻中心 电子邮件: webmaster @ china.org.cn 电话: 86-10-68326688

* 第十届中国新闻奖报纸副刊作品复评

由中华全国新闻工作者协会和中国报纸副刊研究会联合举办的第十届中国新闻奖报纸副刊作品复评暨'99全国报纸副刊作品年赛评选,日前在北京揭晓。138件佳作从参评的721件作品中脱颖而出,分获金、银、铜奖,其中金奖15件,银奖35件,铜奖88件。评委会推荐10件作品参加第十届中国新闻奖定评。

经中宣部批准和中国记协研究决定,中国报纸副刊好作品评选从1998年起纳入中国新闻奖系列,即每年由中国记协和中国报纸副刊研究会评出上一年在全国各级各类报纸副刊上发表的优秀作品,并推荐其中的佼佼者参加中国新闻奖的角逐。

此次获奖的大部分作品紧扣时代脉搏,角度新颖,格调高雅,文字生动,多侧面地描绘了新时期丰富多彩的社会生活,反映建国50年华诞、西部大开发、严厉谴责北约侵略一个主权国家和轰炸中国驻南使馆的野蛮行径等重大题材的作品占有相当的份量。新华社《参考消息》的特写《没有灯光的漫漫长夜》、人民日报的杂文《名人效应的侧面》、盐城晚报的散文《树上党支部》、江南都市报的报告文学《我是蜘蛛人》、解放军报的散文《说说儿子向群》、经济日报的文艺评论《“快乐”一窝蜂未必都“快乐”》、唐山晚报的随笔《鲁迅为官》、甘肃日报的杂文《说说“贪生怕死”》、延安日报的散文《对一条河流的遐想》、南通日报的散文《乡里乡亲》、浙江日报的随笔《生生不息》、文汇报的报告文学《当祖国需要的时候》、中国妇女报的散文《一个亮着良知烛光的小屋》、天津日报的散文《什么是幸福》、解放日报的杂文《记住五月八日》15篇作品获金奖。(傅文)

(解放军报 2000年06月29日 第7版)

中国报纸副刊研究会'99年会,10月7日至11日在浙江省丽水地区龙泉市召开。来自全国各地的82家报纸文艺部、副刊部的负责人和编辑,聚集一堂。

主管新闻工作的中宣部副部长徐光春同志多次对中国报纸副刊研究会的工作给予指导。此次又致电'99年会,指出这几年中国报纸副刊研究会一直坚持正确的舆论导向,弘扬主旋律,提倡多样化,团结全国报纸副刊同志,对社会主义文化新闻事业做出了贡献。他希望研究会的同志们再接再厉,把报纸副刊办得更好,开创各项事业的新局面。中国报纸副刊研究会会长、人民日报社编委、人民日报海外版总编辑丁振海作了工作报告。

在'99年会上,大家回顾了近几年来,中国报纸副刊取得的成绩。从1998年以来,中国报纸副刊研究会作品评选纳入了中国新闻奖评选的序列。中国报纸副刊研究会的声望和权威性大大提高,也使副刊优秀作品评选上了一个新的台阶,进一步促进了全国报纸副刊多出精品、多出人才。另外,副刊研究会的组织建设也有所加强,经过重新登记,中国报纸副刊研究会由全国记协主管,会员单位中有中央级报纸、省级报纸、地市级报纸,

以及部队和专业性报纸共400余家。近几年,研究会举办了丰富多彩的学术活动、征文比赛和联谊活动。例如,1997年举办的“香港百年沧桑话回归”征文活动,全国179家报纸,发表了3100多篇征文作品,为中国报纸副刊史留下了浓墨重彩的一页。

与会者还就报纸副刊研究会今后进一步搞好评选优秀作品、加强培训、异地采风 and 征文活动等,展开热烈讨论,提出积极建议。

中共丽水地委、中共龙泉市委、市政府有关领导同志到会祝贺,并对会议给予热情支持。(声)

第十二届中国报纸副刊复评暨年赛

第十三届华东地区报纸副刊好作品评选揭晓

本报讯 日前,第十二届中国报纸副刊复评暨年赛、第十三届华东地区报纸副刊好作品评选分别在北京、江苏徐州揭晓,本报共有6件作品获奖。

在第十二届中国报纸副刊复评暨年赛中,本报有2件作品获奖。卢芳文、刘平珍、喻军华撰写的《蒋国珍:生命燃烧无止境》获年赛优秀奖(编辑刘平珍),喻军华制作的12月21日3版获版面三等奖。

在第十三届华东地区报纸副刊好作品评选中,本报有4件作品获奖。胡履汉创作的《说“猫”》获二等奖(编辑王琴),喻军华创作编辑的《岁月留痕》获二等奖,胡晓琴创作编辑的《淮海路上的米吧主人》获二等奖,胡晓琴制作的纪念建党80周年专版获好版面奖。

西部在线《西部晨风》晨风八版 2002年10月29日

“孙犁报纸副刊编辑奖”设立

本报讯 中国报纸副刊研究会2002年年会于10月12日至17日在福建省武夷山市召开,全国130家省(市)包括中央级报纸的150多位副刊编辑和主管副刊工作的报社领导出席了会议。

与会代表分别就“报纸副刊的现实主义风格”、“市场经济条件下的报纸副刊”、“版式的创新”、“报纸副刊与新闻的关系”、“副刊专栏的设置与策划”等问题进行了研究探讨。本届副刊年会还通过了设立“孙犁报纸副刊编辑奖”的决定。

与会者认为,不久前去世的孙犁同志不仅是我国一位文学大师,而且是我国革命报纸副刊编辑的一代楷模,以他的名字命名副刊编辑奖,最具号召力和激励作用。

中国报纸副刊研究会于1995年12月在北京成立。作为国家一级学会,该研究会如今已经拥有400多家单位会员。(传文)

思考与练习

1、简述报纸在现代传媒中不可替代的作用，并就 21 世纪报业环境的复杂化，谈谈新闻工作者需要具备哪些能力。

2、浏览上周的三份报纸副刊，用 300 字写明你对报纸副刊的感受，是否感兴趣，为什么？

3、上网查找相关资料，了解中国报纸副刊研究会的章程和活动情况，以及中国报纸副刊好作品在中国新闻奖系列评比中的有关情况。

4、以 7~8 人为一组，自由组合成一个（虚拟）副刊编辑部，用 300 字介绍编辑部成员和分工情况。

目 录

绪论.....	1
第一节 人类与现代传播媒介.....	1
第二节 现代传播媒介所利用的手段、渠道、物化形态.....	3
第三节 报纸—副刊—副刊研究.....	4
链接：文化走笔：说副刊.....	8
第一章 副刊的起源与发展.....	1
第一节 副刊的缘起.....	1
第二节 副刊发展的几个阶段和几大流派.....	3
第三节 副刊的界说.....	11
链接：“三贴近”与“三统一”.....	18
第二章 副刊的性质、类型与功用.....	20
第一节 副刊的性质与地位.....	20
第二节 副刊的类型与作用.....	26
第三节 根据报纸性质对副刊定位.....	29
第四节 根据报纸性质对副刊定位（党报、市民报、企业报）.....	33
第五节 报纸副刊创新途径和要注意的问题.....	34
第三章 副刊的专栏、专刊及其它.....	36
第一节 副刊的专栏.....	36
第二节 副刊的专刊.....	40
链接：专刊要向深处做文章.....	41
第三节 副刊与杂志的关系.....	43
第四章 副刊的文化品位.....	48
第一节 文化的内涵与外延.....	48
第二节 中国文化与报纸副刊.....	54
第三节 努力提高副刊的文化品位.....	61
第五章 副刊编辑的人格魅力.....	70
第一节 副刊编辑的个人修养.....	70
第二节 副刊编辑与作者交往.....	72
第三节 副刊编辑与读者联系.....	75
第四节 副刊编辑的责任.....	75
链接：孙犁与《文艺周刊》现象.....	77

萧乾创办《中国简报》的一段往事.....	82
第六章 副刊编辑的工作流程.....	84
第一节 找准位置 明确服务宗旨.....	84
第二节 长短结合 拟订选题计划.....	84
第三节 心中有数 做好组稿工作.....	87
第四节 火眼金睛 严格审稿环节.....	88
第五节 字斟句酌 仔细修改加工.....	88
第六节 画龙点睛 标题引人入胜.....	88
第七节 文图并茂 版式设计美观.....	90
第八节 信息反馈 争取多重效应.....	92
第七章 副刊编辑的思维方法.....	93
第一节 科学方法和科学思维方法.....	93
第二节 副刊编辑常用的思维方法.....	94
第三节 正确运用科学的思维方法.....	95
第四节 理论和实践的循环往复.....	97
第八章 副刊编排范例剖析.....	101
第一节 广州——三足鼎立.....	101
第二节 北京——四少争霸.....	101
第三节 成都——战火频起.....	101
第四节 武汉——群雄逐鹿.....	102
第五节 上海——强强联手.....	102
第六节 西安——异军突起.....	103
第九章 今日副刊面面观.....	104
第一节 副刊的多重效应.....	104
第二节 副刊的发展趋势.....	104
第三节 副刊编辑的反思.....	105
第四节 副刊的发展趋势.....	112
第五节 副刊编辑的反思.....	113
链接: 90年代中国报纸副刊变革动因分析.....	115

第一章 副刊的起源、发展与界说

报纸是以刊载新闻为主的连续出版物。一般把刊载有新闻及其评论的新闻版称为正刊，把延伸新闻，提供理论、知识、文化和各种使用资讯的各版称为副刊（专副刊）。副刊是报纸的重要组成部分，具有对新闻版进行延伸、扩展、二次开发的功能。它的产生，是和我国民族文化传统以及特定的社会历史条件密不可分的。

第一节 副刊的缘起

一、副刊是报纸竞争发展的产物

19世纪初，由英国人主办的近代第一份中文报刊《察世俗每月统计传》面世，其中已出现副刊类文字，如随笔、杂谈、诗词小品等。当时这文字与新闻编排在一起，位置不固定，还没有以独立的形态出现在版面上，因此只能称为副刊的先导。

此后几十年间，这些副刊类文字一直是作为报纸的补白，在稿荒时填充版面，被称为“杂”、“余兴”、“谐部”“补白”，加之作者多为仕途失意的文人墨客，内容多是“描写艳情”、“流连景物”、“谈狐说鬼”、“间及中外近事”，或是“信笔点缀”，目的多是“备普通社会阅之，藉为酒后茶余之谈助”，人们故将其戏称为“报屁股”或“报尾巴”。

随着中国报业的发展，1872年4月，《申报》在沪创刊。这对当时独占上海市场十余年，早于1861年11月创刊的《上海新报》来说，无疑增加了一位强劲对手。由于两家报纸均在上海印刷发行，无形中展开了激烈的竞争。《申报》以后来居上的姿态，展开凌厉攻势，一方面降低成本，压低报价，在经济上与《上海新报》争夺读者，另一方面大胆突破以往报纸只登新闻与广告的老框框，拿出版面发表一些诗文、小品，投文人墨客所好，从报纸内容与形式上争夺读者，此举果然大受欢迎。《上海新报》自然不甘落后，也降低报价，也拿出版面刊登诗词，并增加评论和文艺作品，使得报纸面目一新。

随后，1883年创刊的《字林沪报》则干脆开辟了专门的副刊类文字栏目，扩充文艺性稿件的比重，增加副刊类体裁门类，并从1897年11月24日起，率先把副刊类文字印成单张，取名《消闲报》随报赠送。

《字林沪报》创办《消闲报》的设想缘于当时的编辑高太痴等人，“他们看到一些以趣味为中心的游戏性小报在读者中很有影响，因而就想摹仿小报，在《字林沪报》上搞些花样。不过，他们又觉得小报上那些‘游戏笔墨’难登大雅之堂，于是便想出了在‘正张’之外另出‘附张’的办法，用专门版面来集中刊载诗词、小品、乐府、传奇之类带有消闲性质的作品。”因而《消闲报》公开申明其办报宗旨是“要皆稀奇开笑，艳冶娱情，殿以

诗词小品，盖名曰消闲，亦可遣愁、解闷、醒睡、除烦也。”《消闲报》从一开始就是随报附送。这说明《字林沪报》发行副刊《消闲报》，是一种吸引读者的竞争手段，并不指望《消闲报》自身赚钱或产生社会影响。《消闲报》的功能，在刊登于第2号上的《释消闲报命名之义》一文中作了解说：“即歇息，则闲矣，则当有消闲之法矣。一篇入目，笑慨开，虽非调摄精力之方，要亦可为遣闷排愁之助也”。《消闲报》的内容则是“上白国政，下及民情，以至白社清谈，青楼丽迹……艳冶娱情”，无一不备。

由于这个“附张”，不仅有正式刊名，而且有固定的刊期和版面，也就是说它已经具有独立的编辑形态，因此被认为是中国最早的副刊。

三年之后，《同文沪报》也开辟了“同文消闲录”，内容亦多是一些文人应和的诗词或道听途说的逸闻趣事。之后，更多的报纸加以仿效，拿出版面刊发一些文艺作品或知识性的文章。

二、休闲性小报是副刊的“催生婆”

我国古代的“小报”，大多是民办的，与官办的“邸报”最大的不同点是：不登官方所谓的大事，只登小道秘史传闻。近代的小报秉承了这种传统，很少登或干脆不登国内外重要新闻，也不注重于政治、经济方面的报道，而热衷于文艺性、趣味性的内容，故多为街谈巷议、隐私秘闻、奇人怪事等。文体多为词曲、故事、笑林、谜语等。这种小报反映了半封建半殖民地过程中形成的都市文化，适应了达亨巨贾、洋场才子、文人和一部分市民精神生活的需要，因而拥有较多的读者。当时，不少大报从研究小报的发迹秘诀中，发现那些不入流的副刊类文字，竟然大受读者青睐，于是纷纷仿效小报的做法，增添报纸的文学性和趣味性的内容，甚至编辑的体制和方法也模仿小报，如刊登连载小说，增加趣味性访问，以小张“附刊”形式，单页印刷，随大报赠送，以扩大报纸的发行量。

1886年6月6日，创刊于上海的《指南报》，是中国新闻史上公认的第一份以刊载文艺作品为主的小报。该报创办人是李伯元（1867—1906），江苏常州人。他在1897年又创办了《游戏报》，以诙谐之笔，写游戏之文，“以小观大”、“隐寓劝惩”、“唤醒痴愚”。该报出了5000号，鲁迅曾为之投稿。以后，李伯元还办过《世界繁华报》等。由此，中国报界出现了文艺性的专业报刊。

与此同时，中国报界还出现了一些综合性的科技报刊，如《格致汇编》等。

随着各地报纸的增加，一些大报凭着雄厚的经济实力与小报竞争，甚至兼并小报。报纸的副刊，正是在这一角逐中——大报从仿效小报到兼并小报的过程里，逐渐形成和发展起来。

目前，为学术界公认的我国第一份报纸副刊，正如前述，是1897年11月24日（30日）随上海《字林沪报》附送而面世的《消闲报》。

• 关于“副刊的前身阶段”问题，新闻史研究工作者意见并不完全一致。根据杨瑾钟在《副刊溯源》中的述说，《上海新报》在《申报》之前就刊发有副刊性文字。

《上海新报》是上海第一张中文报纸，为英商字林洋行所创办，由英美传教士主编。1861年11月创刊，刊行历时11年。据杨瑾铮所叙，该报创刊不久，就有随笔、杂谈之类短文出现，谈一些“养气”“修寿”“行善”，戒赌博、戒冶游、戒吸鸦片烟等问题，有时还联系国内外时事，发些议论。自1868年起，版面上增加了大量介绍西方科学文化知识的文字，编者还经常解答读者提出的一些自然科学问题，引发多次“争鸣”。1869年以后，随笔、寓言、游记、图画故事、联语征对、诗词唱和、海外珍闻、新书和论著的摘要等也多有刊发。不过，这些文字一直同新闻混合编排在一起，没有固定的篇幅和版面。

三、顺应时代潮流、适应读者需要是副刊发展的根本动力

小报的影响、报业的竞争，是促成副刊生成与发展的主要原因，但不是根本的原因。从报纸本身发展的过程来研究，可以认为，副刊是适应读者需要、顺应时代潮流的产物。

就读者而言，由于经济地位不同，政治观点各异，文化水平不等，生活阅历、兴趣爱好、职业和年龄的千差万别，不同的读者对报纸的要求自然不一样。他们除要求了解新闻、获得所关心事物的最新信息外，还有着种种不同的欣赏口味和看报期望。例如：有的喜欢文艺作品，有的乐于谈禅说理，有的爱看小品散文，有的偏爱诗词歌赋，有的沉溺于神奇鬼怪，有的热衷于花草虫鱼，有的迷恋古董收藏，有的醉心于时髦风尚。总之，口味万端，众口难调。这就逼着报人不得不想方设法满足读者的要求。

再则，由于20世纪上半叶中国社会动荡不安，不论是北洋政府军阀混战时期，还是国民党统治时期，新闻言论都受到种种限制，以至新闻版面只能刊载官方已经公布的消息，否则轻则坐牢，重则送命，著名记者邵飘萍、林白水、刘煜生之死就是明证。鉴于新闻版面卡得太死，新闻从业者有时就设法在副刊上旁敲侧击地透露一点消息，对时局弊病作些抨击。这样，副刊内容就更充实，更贴近读者，受到更多人的关注，更有看头。

综上所述，报业竞争促成了副刊的成长，读者需要则是副刊发展的根本动力。副刊关注并反映的文化问题、社会问题，从中折射出的人文主义、人性关怀，使得副刊日益受到民众的喜爱，成为大众精神文化生活的重要组成部分，起到了吸引读者、扩大报纸影响、提高发行量等诸多作用。

第二节 副刊发展的几个阶段和几大流派

副刊的成长发展，无时不与国情世事、时代变迁紧密相关。在副刊成长发展的过程中，其自身经历了四个阶段，即：形成阶段——发展阶段——繁荣阶段——变革阶段。

一、根据历史沿革可划分为四个阶段。

1、第一个阶段（形成时期）：

19世纪初，中国近代报纸上开始采用一些诗词之类的短稿，将其放置在新闻中间填空补白，以免“开天窗”，也把这类内容放在报尾以“调剂精神”。到了19世纪末—20世纪